

LES ONG et LA COLLECTE DE FONDS

*Une présentation de Linda McMullen,
Attaché Culturel, Ambassade des Etats-Unis, Abidjan*

COMMENT UNE ONG PEUT-ELLE GENERER DES RESSOURCES ?

QUELLES SONT LES RESSOURCES QUI AIDENT LES ONG ?

- **Personnes**

- Personnel (le bureau/staff)
- Membres
- Volontaires

- **Fonds**

- Allocations: fondations, entreprises
- Subventions du gouvernement
- Dons : en argent, en nature
- Honoraires perçus pour des prestations de service (minimum)

- **Partenariats**

- ONG locales
- ONG aux Etats-Unis ou dans d'autres pays
- Gouvernements
- Secteur privé

QU'EST-CE QU'IL VOUS FAUT D'ABORD ?

- **Un siège**
 - adresses postale et géographique, téléphone, fax, adresse e-mail (courriel)
- **Une autorisation [Lettre d'Agrément] du Ministère de l'Intérieur**
 - Si vous cherchez de l'argent à l'extérieur, il vous faut aussi une lettre d'Agrément du Ministère des Affaires Etrangères.

- **Un comité (bureau) exécutif varié**
- **Corps de volontaires enthousiastes**

Parmi eux, est-ce que vous avez tous les experts qu'il vous faut?

- Gérant**
- Avocat**
- Comptable**
- Chargé des relations publiques (à l'aise en public !)**
- Planificateur / initiateur de grands événements**
- Spécialiste en montage de projets**
- Chargé de communication :**
 - ✓ **Un bilingue ou interprète (anglais parlé/écrit, langue locale parlée/écrite),**
 - ✓ **Technologiste / Informaticien**
- Secrétaire général et secrétaire adjoint**
- Rapporteur général**

- **Mission (clairement rédigée)**
- **Plan de travail de l'ONG**
 - **Personnel**
 - **Budget**
 - **Projets prévus et budgets de chaque projet**
- **Division du travail / rôles bien définis**
- **Site web**
- **Contacts de votre public cible**
- **Stratégie pour générer des fonds » (fundraising)**

VOTRE STRATEGIE POUR « FUNDRAISING »

« SMART GOALS » : *Specific, Measurable, Attainable, Realistic and Tangible*

« BUTS INTELLIGENTS » : *Spécifiques, Mesurables, Faisables, Réalistes et Tangibles*

Votre plan pour l'année doit normalement inclure les réponses aux questions suivantes:

- Combien il vous faut pour chaque trimestre ?
- Dans quel but ? (Pour : bâtir un siège, initier vos activités et projets, créer un fond pour l'avenir)
- En combien de temps ?
- A qui demander les fonds ?
- Qui sont ceux qui vont demander? ?
 - Comment le feront-ils ?

COMMENT INTERESSER LES AUTRES A VOTRE ONG ? (et non les repousser)

SAVOIR + PROFESSIONALISME + « MARKETING »

- Une ONG doit savoir bien expliquer pourquoi elle est spéciale, unique, importante
 - *People don't give to causes. People give to people in support of causes. =*
 - « *Ce n'est pas la cause qui attire l'argent. Ce sont les gens qui soutiennent la cause qui attirent l'argent. »*
 - La représentante d'ONG doit pouvoir bien la représenter.
 - Créez votre image de marque et votre slogan
- * Vous savez déjà que votre travail est important, comment convaincre les autres ?
- * Cela dépend de votre public cible

Annonces pour grand public (impersonnel)

Cela est utile quand on est en train de commencer le fundraising ou d'élargir la base des donateurs

- **Publicités**
 - Annonces dans les journaux, à la radio, et à la télévision
 - Dans le bulletin d'information de votre mosquée ou église
 - Pancartes, tableaux d'affichages
- **Annonces de presse**
- **Les lettres (le pourcentage de réponses n'est pas impressionnant mais après la première fois, vous aurez une liste de gens s'intéressant à votre ONG !)**
- **Appels téléphoniques**
- **E-mail**
- **Brochures**
- **Bulletins d'information**
- **Supports publicitaires : aimants, autocollants, T-shirt, chapeaux, pochettes d'allumettes, briquets, stylos**

Annonces pour petits publics (personnelles)

Cela est utile quand on veut développer des rapports durables avec les donateurs

- Il faut personnaliser ce genre de « fundraising »(collecte de fonds)- voir ce qu'on demande / offre:

Méthodes : il faut bien connaître vos donateurs. Aiment-ils...

- Rencontres individuelles
- Lettres (personnalisées)
 - «Votre contribution de ___ nous a permis de réussir et j'espère que vous pourrez nous aider avec une contribution de (5-20% et plus) cette année pour (un projet actuel/futur)
- Appels téléphoniques

Le message : Vous, donateur, êtes important pour moi et pour mon organisation, et votre contribution a eu de l'effet.

Quand on offre un mode de donation : concrétiser !

Exemples :

- \$30/mois aide une fille rwandaise à manger, aller à l'école, être vaccinée
- Un don à une église aux Etats-Unis aide un partenaire (une clinique de missionnaires) à soigner les enfants d'un village au Guatemala.
- Un don à une ONG italienne (Don Orione) aide les petits de Azaguié Blida et Ahouabo à avoir les frais, les uniformes et les livres nécessaires pour aller à l'école.

* Dans les trois cas, les donateurs peuvent faire le suivi des bénéficiaires.

COMMENT CREER LA MOTIVATION DE FAIRE DES DONNS ?

Cela aussi dépend de votre public cible !

Il est important de reconnaître les émotions qui vont le motiver et le message que vous allez envoyer. Vous pouvez évoquer les sentiments suivants :

- «pourquoi pas» ? - («Quelqu'un vous a demandé !»)
- importance - («Votre don permet à un pauvre enfant de continuer à vivre.»)
- « changer l'actualité » (« Vous aidez les gens à sortir d'une crise. »
Ex : tsunami)
- appartenance - (« Vous faites parti d'une action bénévole. »)
- responsabilité (« Vous devez aider à améliorer cette injustice/problème. »)
- culpabilité - (« Ce problème est terrible, il faut que vous fassiez quelque chose. »)
- échange - (« Vous allez recevoir _____ si vous nous faites un don. »)
- continuité - (« Vous nous avez aidé dans le passé. »)
- «respect» - («Je voudrais faire une contribution pour honorer ma mère.»)
- satisfaction personnelle - («Moi, j'ai servi à quelque chose.»)

OÙ TROUVER LES FONDS ???

Cela dépend !

Est-ce que vous cherchez un petit nombre de donateurs riches...

- ...ou un grand nombre de petits donateurs ?
- Vous voulez écrire des projets pour obtenir vos fonds de l'étranger ?
- Quels seront vos donateurs cibles ?

ATTENTION :

- Retour sur investissement ? Il faut dépenser pour générer des fonds !
- Aussi - quelques moyens pour générer des fonds sont plus sûrs que d'autres !

Individus

Il faut cultiver ce groupe : coups de téléphone, notes écrites à la main, déjeuners, événements qui leur seront intéressants.

Règle : 80/20 Cultiver ces 20% qui vous donnent 80%

Demandez poliment, demandez fréquemment - mais demandez

Famille et amis :

- **Cadeaux pour n'importe quelle circonstance - à offrir à une ONG plutôt qu'à un proche (mariage, anniversaires...)**
- **Ils cherchent un trajet pour faire du bénévolat**
- **Ils veulent faire des dons dans leurs testaments**

La pyramide / le système d'araignée

- **Les amis des amis des amis...**

Les riches

- Dons larges pour un projet spécial / bâtiment / siège
- «Estate grants» (dons dans leur testament)
- NB : Donnez-leur un «statut» dans votre ONG. Vous les nommez «membres honoraires», «étoiles d'or», «anges sur la terre»,... comme vous voulez.
 - Trouvez un moyen de les reconnaître.
 - Votre « newsletter » (bulletin d'information) qui les reconnaît ?
 - Des affiches dans votre bureau qui les nomment ?
 - Des certificats que vous leur envoyez ?
 - Vous pouvez aussi créer des « catégories » ou « niveaux » de donateurs :
 - donateur 'bronze'
 - donateur 'argent'
 - donateur 'or'...
 - Si quelqu'un vous donne une importante somme, vous pouvez donner son nom à (une partie de) votre siège :
 - Salle Marie Coulibaly
 - ONG Je Lutte Pour Mon Pays, dans la Villa / le Bâtiment / le Centre / la Tour Kouadio

Groupes

- Votre communauté religieuse
- Autres ONG locales
- ONG aux Etats-Unis - IRC (infos)
 - Vérifiez le 501(c)3 [certification légale pour être une ONG]
- Gouvernement (de la ville, de la [sous]préfecture, du pays)
- Partenariats : le gouvernement vous subventionne pour
 - vous occuper de quelque chose qui est un peu en marge de son mandat
 - quelque chose qui fait partie de son mandat mais qui est très difficile.

- Secteur privé
 - Pourcentage de ventes à votre ONG ou dons directs
 - Les deux types d'« image de marque »
 - Positive : L'entreprise aide, vous lui faites de bonnes publicités
 - Négative : une entreprise terrible qui fait du mal à votre mission.
 Soit :
 - Réponse favorable, suivie de douce persuasion
 - Réponse négative, suivie de boycott / publicités négatives dans Fraternité Matin
 - Vous vendez des chocolats/ magazines/crayons - vous recevez ____%
 - Vous organisez un grand événement : vous vendez des places pour la publicité dans votre programme
 - Vous organisez un grand événement : vous demandez qu'une entreprise vous sponsorise/parraine et l'entreprise gagne de la publicité favorable
 - Une entreprise vous donne une importante somme, vous donnez son nom à (une partie de) votre siège :
 - (Ex : Stade 3M, Centre Coca-Cola)

Grands Événements

Les partenaires sont formidables ! doublez l'audience et faites la moitié du travail

ex : ONG luttant contre la pauvreté + ONG travaillant avec les handicapés

- Campagne de défis. Au cours d'un dîner ou meeting : «Pour chaque contribution de 5000 F CFA faite dans les 5 minutes à venir, je donnerai moi-même 1000 F CFA»
 - Ou dons égaux : on fait un partenariat avec une autre institution pour un grand projet : l'ONG contribue ½ de l'argent, le partenaire l'autre ½.
- Banquet payant
- Téléthon
- Ventes aux enchères (dons en nature) (services de volontaires) (artisanat)
- White elephant ou garage sale (ventes de vêtements, livres, etc. légèrement usés)
- Bake sale (bon pour une audience captive)
- Carnival (Kermesse)

- **Walk/Run (Marche/Course à pied) – soit les participants paient pour participer, soit ils doivent chercher des gens pour les sponsoriser pour marcher/courir une certaine distance**
 - **Vous faites des t-shirts, des prix et des certificats de participation**
- **“Drives” – particulièrement, selon la saison (collections ciblées)**
 - **food drive (nourriture)**
 - **clothing drive (vêtements)**
 - **computer parts drive (pièces d’ordinateurs)**
 - **sponsorship drive (sponsor-a-child, sponsoriser un-enfant, par exemple)**
- **Paie-le-progrès - fait par des gens qui sont en train de faire de grands exploits : escalader des montagnes ou marcher des centaines de kilomètres**
 - **Exemple : Marche entre Yamoussoukro et Bouaké : (le marcheur prend une photo à Yamoussoukro, dans la zone de confiance, et à Bouaké, devant les monuments ou avec des personnes connues, pour vérifier)**
- **Concerts – ventes de billets**

Fondations/Projets

Les fondations aux Etats-Unis sont des institutions, fondées par des entreprises ou des individus bénévoles, qui donnent une partie de leurs grands fonds pour soutenir les activités des ONG en accord avec leurs missions.

Recherche, recherche, recherche : d'abord, il faut trouver des fondations qui donnent des allocations aux ONG comme les vôtres – des fondations qui ont les mêmes buts – une fondation à qui vous adressez votre dossier.

Choses qu'il faut savoir :

- **Les dates limites sont les dates limites.** Sauf si l'ONG ou la fondation annonce que la date limite sera prolongée, la date limite est absolument fixée.
 - Dans des circonstances exceptionnelles (guerre civile, tremblement de terre, inondation) vous pouvez téléphoner et demander une prolongation.
- **Les dossiers différents ne sont pas des nouveautés.**
- **Les restrictions existent par rapport aux catégories de dépenses:**
 - normalement les coûts fixes / administratifs doivent être moins de 5%
 - Normalement, les fondations/ONG aux Etats-Unis n'accordent pas d'argent pour les dépenses quotidiennes [« operational expenses »]
- **Affiliation:** Quelques fondations demandent une affiliation avec une ONG américaine (certifiée par loi 501(c)3) avant que vous ne lanciez une demande

- **Le style américain :**

Ce qu'il faut faire :

- **Faire une mise en scène.**

- Ce ne sont pas tous les Américains qui connaissent la Côte d'Ivoire.
- NB : S'il vous faut des missions de prospection il faut BIEN en expliquer la nécessité.

- **Faire attention au format:** La demande doit être bien écrite

- **Être concis.** Les Américains ne regardent pas l'extrême concision comme un manque de respect – au contraire.

- **Être clair.** Ne forcez pas vos lecteurs à chercher/déduire.

- **Expliquer étape par étape.**

- ce que vous allez **faire concrètement** [verbes d'action] :
 - Exemples : rechercher, interviewer, enseigner, vacciner, alphabétiser, collecter, surveiller et évaluer.
- Utiliser les indicatifs de temps : « d'abord...deuxièmement... et puis... pour terminer... »
- Ou une liste : 1, 2, 3...

- **Être précis** Des détails appropriés et exacts renforcent votre crédibilité.

Exemples :

Cette phrase...	Devient...
Notre équipe d'experts...	5 experts ayant une maîtrise en économie agricole...
Nos succès récents...	Notre programme de « Santé Communautaire » nous a permis de vacciner 542 enfants de 0-5 ans en 2 jours, et...
Obstacles locaux...	Notre population est analphabète et dans une région inaccessible entre mars et août [routes impraticables]
Excellent histoire de boursier...	Notre ONG a reçu une allocation de 5000\$ du PNUD en 2004 et une autre de 10,000\$ en 2005

• **Justifier TOUT.**

• **Justifier TOUT en luttant contre les arguments cyniques :**

- **l'importance du problème que vous allez soulever (Il y a beaucoup de problèmes plus importants...)**
- **tout le personnel payé (QUINZE experts salariés ?)
(Un chauffeur ?
Vous conduisez, n'est-ce pas ?) (Une traductrice ?
Tout le monde parle le français là-bas...)**
- **toutes les dépenses (On aimerait un nouveau laptop – est-il *vraiment* nécessaire ?)
Mais on peut le demander ____ comme don en nature !)**
- **la supériorité de votre projet (On a reçu 50 excellents projets ...)**
- **les bénéficiaires (pourquoi ce groupe mérite-il de l'aide ?)**

Ce qu'il vaut mieux éviter :

- Le retard.
- Les grands idéaux sans substance. Ne dites pas : «Nous voulons protéger l'âme d'un peuple» ou «Nous cherchons à arrêter l'injustice.»
 - Plutôt dire : « Nous voulons protéger le patrimoine spirituel menacé parce que les assaillants ont pillé trois fois cette région» ou «Nous cherchons à trouver des avocats qui puissent travailler gratuitement pour défendre les personnes indûment accusées».
- Détails «hors sujet». Variété d'erreurs possibles.
- Protocole. Consulter directement le point de contact nommé *ou* le plus petit fonctionnaire possible – et non pas les chefs.

COMMENT ECRIRE UN PROJET :
PROJET STANDARD
POUR FONDATIONS AUX ETATS-UNIS

La Pagination est importante !

Lettre d'introduction (si vous voulez) (voir « Comment écrire une lettre professionnelle dans la section «Où Trouver les Autres Ressources ?»)

1. Résumé du projet : 2-3 phrases :

- a) « Mon organisation demande (somme d'argent) pour un projet de (durée du projet) pour (ce que vous voulez faire). Ce projet va (améliorer la qualité de vie des pauvres, enseigner aux femmes à se prendre en charge) en (leur apprenant à lire, écrire, et faire des maths de base) ».

2. Infos sur l'organisation : 2-3 paragraphes

- a) Histoire de l'organisation
- b) Mission
- c) Les succès que vous avez déjà eus (liste de projets bien faits)
- d) Budget
- e) Siège
- f) «Qui fait quoi»
- g) Partenariats
- h) Autres infos qui renforcent vos atouts

3. Description du Problème/Besoin/Situation

- a) Pourquoi est-il important ?
- b) Quelles recherches avez-vous faites ?
- c) Problème de la même taille que la solution

4. Plan des travaux/activités

- a) Qui sont les bénéficiaires de votre travail ? Combien sont-ils ?
- b) Qu'est-ce que vous allez faire ? (output, « unités de service »)
- c) Vos plans ?
- d) Qui va faire le travail ? Leurs qualifications ?
 - i. Directeur du travail*
 - ii. CV des principales personnes*
- e) Quand (de (date) à (date))
- f) Où ?

5. Résultats

- 6. Autres fonds (la fondation ne doit pas être la source unique des fonds !)**
 - a) Combien votre ONG va-t-elle donner comme contribution ?
 - b) Vos partenaires ?
- 7. Si vous projetez de continuer ce projet : fonds pour l'avenir ?**
- 8. Evaluation : Comment sauriez-vous que vous avez atteint vos buts ?**
- 9. Budget (EN DOLLARS ET FRANCS CFA)**

- a) Dépenses
 - i. Staff
 - ii. Projet
 - iii. Administration
- b) Recettes
 - i. Gains
 - ii. Dons
 - 1. *Liquide (cash)*
 - 2. *En nature*

10. Suppléments

- a) Copie de certification que vous êtes une ONG officielle
(Lettre d'Agrément)
- b) Liste des membres du comité exécutif et leurs spécialités
- c) Etat financier
- d) Budget - actuel
- e) Budget - année prochaine

QUELLES SONT LES AUTRES RESSOURCES, A PART LES FONDS ?

- **Volontaires**

- Faire un partenariat avec une école !
(Aux Etats-Unis, presque 40% des étudiants qui font du bénévolat le font comme une activité à l'école (mais cela ne fait pas partie des cours : 0-10 heures par mois)
 - *Particulièrement : arts, culture, sport, jeunesse*
- Etudiants cherchant un stage
 - *Petites affiches sur le campus, lettre au directeur de la faculté*
 - *Vous pouvez donner une modique somme pour le transport*
- Retraités
- Les professionnels dans votre domaine
- Les croyants
- Les gens actifs de n'importe quel genre
- Bénéficiaires

- **Frais pour services (minimum)**

- **Partenariats**

- ONG : Locales
- ONG : aux Etats-Unis ou dans d'autres pays
- Secteur privé

OÙ TROUVER LES AUTRES RESSOURCES ?

- **Parmi vous !!! Le réseau des ONG**
 - **Vous échangez des services (« Je traduis votre projet en anglais, et vous me prêtez votre comptable. »)**
 - **Vous vous renforcez : (« Mon organisation va enseigner cet enfant, qui va apprendre à lire ; puis il pourra acquérir une expérience professionnelle dans votre organisation. »)**
 - **Vous faites des partenariats**
 - *Pour grands événements, vous lancez des projets ensemble, vous partager les recettes nettes*

•L'Internet

•Ressources Générales

• Général :

- About.com <http://www.about.com> (rechercher mots clés : fundraising, nonprofit, NGO)
- Association of Fundraising Professionals
 - <http://www.afpnet.org/>

• S'Evaluer : Un guide pour juger/corriger votre projet avant de l'envoyer...

- <http://www.orsp.cmich.edu/pdf/grantsat.pdf>

• CV.

Conseils : Le site est recommandé pour les gens cherchant un emploi dans une ONG, mais les conseils sont valables pour les CV dans les projets.

- <http://resume.lycos.monster.com/restips/nonprofit/>

Exemples : Cet exemple est pour une personne cherchant un nouvel emploi, mais pas mal comme un modèle de CV « fonctionnel »

- <http://jobstar.org/tools/resume/res-fu4.php>

• Comment écrire une lettre professionnelle [pour étudiants de la langue anglaise]

- http://esl.about.com/cs/onthejobenglish/a/a_basbletter.htm

sur le même site - à gauche - « letter samples » [exemples de lettres]

• Comptabilité - Meilleures méthodes et pratiques

- <http://www.indianngos.com/ngosection/ngocredibility/goodpracticesaccountingprocedures.htm>

•Fonds et Dons en nature

- **ALLOCATIONS DU GOUVERNEMENT**

- Toutes les allocations offertes par le gouvernement américain :
<http://www.grants.gov/>

- **FONDTIONS**

- **Just Give** : un index des ONG américaines qui aident les pays en voie de développement :

- <http://www.justgive.org/guide/subcategories.jsp?catId=15>

- Ce site liste 5 catégories d'ONG ; chaque catégorie contient des douzaines d'ONGs.

- **Foundations.org**

- <http://www.foundations.org/grantmakers.html>

- (liste de **100** fondations qui acceptent des projets/demandes de financement des ONG)

- **Coca-Cola Africa Foundation**

- http://www2.coca-cola.com/citizenship/foundation_africa.html

Dons

- Matériel médical

- Project Cure

- <http://www.projectcure.org>

- Sites qui donnent des ordinateurs aux ONG

- INTERNETHON

- <http://internethon.afnet.fr/>

- Paris Pour les Jeunes (Maintenant ATISCHE)

- <http://www.actisce.org/>

- Computer Aid International (en français!)

- <http://www.computer-aid.org/french/home.htm>

- World Computer Exchange

- <http://www.worldcomputerexchange.org/>

- KITE (Keys To Information, Technology and Education)

- <http://www.opengroupware.org/en/about/>

- Interconnection Computer Donation, Reuse and Learning Center <http://computers.interconnection.org/>

Site de fondations qui luttent contre le SIDA

Elizabeth Glaser Pediatric AIDS Foundation

<http://www.pedaids.org/>

FIN